

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KESEDARAN USAHAWAN KECIL MUSLIM TERHADAP  
SKIM AR-RAHNU  
(PAJAK GADAI ISLAM)**

**Oleh**

**BALQIS YAACOB @ SALLEH**

**Disertasi Diserahkan Kepada  
Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business,  
Universiti Utara Malaysia,  
Sebagai Memenuhi Syarat Untuk Pengijazahan Sarjana**

## **KEBENARAN UNTUK MENGGUNAKAN**

Dalam membentangkan disertasi ini sebagai memenuhi keperluan untuk penganugerahan ijazah pasca siswazah daripada Universiti Utara Malaysia (UUM), saya bersetuju bahawa Perpustakaan universiti ini boleh mendapatkan disertasi ini secara percuma untuk pemeriksaan. Saya juga bersetuju bahawa, kebenaran untuk membuat salinan disertasi ini dalam apa cara sekalipun sama ada secara keseluruhan atau sebahagiannya dengan tujuan ilmiah, boleh diberikan oleh penyelia atau semasa ketiadaan mereka, boleh diberikan oleh Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business di mana saya menjalankan disertasi ini. Adalah difahamkan bahawa, sebarang salinan atau penerbitan atau penggunaan bahagian disertasi ini untuk kepentingan kewangan adalah tidak dibenarkan tanpa kebenaran bertulis daripada saya. Adalah perlu untuk memahami juga bahawa, pengiktirafan yang sewajarnya hendaklah diberikan kepada saya dan pihak UUM untuk sebarang kegunaan kesarjanaan yang boleh dibuat daripada apa-apa bahan yang terdapat dalam disertasi saya.

Sebarang permintaan kebenaran untuk membuat salinan atau menggunakan bahan-bahan dalam disertasi ini secara keseluruhan atau sebahagian daripadanya hendaklah dialamatkan kepada;

Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business  
Universiti Utara Malaysia  
06010 UUM Sintok  
Kedah Darul Aman.

## ABSTRAK

Industri mikro kredit di Malaysia telah berkembang sejak hampir tiga dekad lalu dengan munculnya kesedaran terhadap kelebihan sistem kewangan dan perbankan Islam. Terdapat pelbagai kemudahan mikro kredit yang disediakan untuk membantu masyarakat terutamanya usahawan kecil Muslim di dalam membantu mereka mengembangkan perniagaan yang dijalankan termasuklah kemudahan pembiayaan mikro yang disediakan oleh pelbagai institusi ar-Rahnu (Institusi ar-Rahnu) di seluruh Malaysia. Disebabkan itu kajian ini dijalankan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi usahawan kecil Muslim terhadap skim ar-Rahnu di dalam membantu mereka meningkatkan taraf perniagaan mengikut lunas-lunas Islam yang mana terdiri daripada empat faktor iaitu faktor kefahaman Syariah, kadar harga/upah, lokasi institusi gadaian dan pengiklanan. Kajian dianalisis menggunakan ujian korelasi *Pearson* yang berperanan menguji hubungan di antara pembolehubah-pembolehubah sama ada saling mempengaruhi kesedaran terhadap skim ar-Rahnu ataupun tidak. Kajian dilakukan ke atas 200 responden di sekitar kompleks Pekan Rabu Alor Setar Kedah yang terdiri daripada usahawan-usahawan kecil Muslim. Hasil kajian menunjukkan hubungan di antara pembolehubah adalah rendah dan lemah yang bermaksud faktor kefahaman syariah, kadar harga/upah, lokasi institusi gadaian serta pengiklanan tidak mempunyai hubungan yang kuat malahan faktor kadar harga/upah adalah tidak signifikan di dalam mempengaruhi kesedaran usahawan kecil Muslim terhadap skim ar-Rahnu.

## **ABSTRACT**

Microcredit industry in Malaysia has flourished over nearly three decades ago with the advent of awareness of the advantages of Islamic banking and financial system. There are a variety of micro-credit facilities provided especially to assist small Muslim community to expand their business, including micro-financing facility provided by various ar-Rahnu institutions (Islamic pawn) throughout Malaysia. This study was undertaken to examine the factors that influence small Muslim entrepreneur to take up ar-Rahnu scheme in helping them improve their businesses according to Islamic principles which are consist of four factors, understanding the sharia, prices / wages, location and advertising. Pearson's correlation test were utilised to analyse the relationship between these variables either interplay awareness scheme or not. The study was conducted on 200 respondents around Pekan Rabu complex Alor Setar Kedah consisting of Muslim small entrepreneurs. Results showed that the relationship between variables is low and weak, which means understanding the sharia factors, prices / wages, location and advertising charges institution does not have a strong relationship but factor price / wage is not significant in affecting small businesses Muslim awareness of the ar-Rahnu scheme.

## **PENGHARGAAN**

Assalamualaikum dan Salam Sejahtera

Alhamdulillah, segala puji selayaknya dikembalikan kepada Allah s.w.t, Tuhan semesta alam yang melancarkan serta memberi kemudahan di sepanjang proses menjalankan disertasi ini. Sekalung penghargaan yang tidak terhingga ditujukan buat penyelia, Prof. Madya Dr. Muhammad Nasri bin Md Hussain di atas segala bimbingan, nasihat, perhatian yang tidak ternilai dalam menyelia disertasi ini dari permulaan sehingga berjaya menyiapkan disertasi ini dengan sempurna.

Terima kasih juga diucapkan kepada Dekan Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business, kakitangan akademik dan bukan akademik dari Perpustakaan Sultanah Bahiyah dan semua fakulti di Universiti Utara Malaysia di atas kerjasama secara langsung dan tidak langsung dalam menyiapkan disertasi ini. Terima kasih juga kepada Koperasi Pekan Rabu dan juga responden yang terlibat dalam meluangkan masa serta memberikan kerjasama.

Doa dan ingatan buat ayahanda tercinta Allahyarham Yaacob @ Salleh bin Abdullah yang banyak membentuk keperibadian dan perjalanan hidup anakanda. Ucapan terima kasih juga ditujukan khas buat ibunda tercinta Pn. Habsah binti Said yang tidak putus mendoakan kejayaan anakanda. Sesungguhnya doamu menjadi senjata, kasihmu ibu membawa ke syurga. Penghargaan juga ditujukan buat seluruh ahli keluarga yang banyak memberi sokongan moral dan inspirasi yang tidak pernah putus di sepanjang perjalanan ini. Majikan dan rakan-rakan sekerja yang memahami tuntutan pembelajaran serta rakan-rakan seperjuangan di Universiti Utara Malaysia yang turut memberikan semangat juang, membantu menyumbangkan idea dan komen-komen membina.

Akhir sekali terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung di dalam proses menyiapkan disertasi ini. Jasa kalian amat dihargai, hanya Allah s.w.t sahaja yang dapat membalasnya.

## ISI KANDUNGAN

TAJUK	MUKA SURAT
Kebenaran Untuk Menggunakan	i
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	ii
Penghargaan	iv
Isi Kandungan	v
Senarai Jadual	ix
Senarai Gambar Rajah	x
Senarai Singkatan Simbol	x
Senarai Singkatan Perkataan	xi

## BAB SATU Pengenalan

1.0	Pengenalan	1
1.1	Latarbelakang Kajian	4
1.2	Penyataan Masalah	9
1.3	Persoalan Kajian	13
1.4	Objektif Kajian	14
1.5	Kepentingan Kajian	15
1.6	Skop Kajian	17
1.7	Limitasi Kajian	18
	1.7.1 Kos	18
	1.7.2 Masa	19
	1.7.3 Data dan Maklumat	20
1.8	Organisasi Tesis	20
1.9	Takrifan Istilah Utama	22
	1.9.1 Syariah	22
	1.9.2 Al-Quran	22
	1.9.3 Hadith	22
	1.9.4 <i>Tabarru'</i>	22

1.9.5	<i>Wadi'ah</i>	
1.9.6	<i>Ujrah</i>	23
1.9.7	Riba	23
1.9.8	Ar-Rahnu	23
1.9.9	Usahawan Muslim	24
1.10	Kesimpulan	24

## BAB DUA ULASAN KARYA

2.0	Pengenalan	25
2.1	Konsep-Konsep ar-Rahnu	26
2.2	Prinsip-Prinsip ar- Rahnu	28
2.2.1	<i>Rahin</i>	29
2.2.2	<i>Murtahin</i>	29
2.2.3	<i>Marhun</i>	29
2.2.4	<i>Marhun-bih</i>	29
2.2.5	<i>Sighah</i>	30
2.3	Modus Operandi Sistem Pajak Gadai Konvensional	30
2.4	Modus Operandi Institusi ar-Rahnu	33
2.5	Perbezaan Pajak Gadai Konvensional dan Institusi ar-Rahnu	34
2.5.1	Kelemahan Pajak Gadai Konvensional	34
2.5.2	Kelebihan Institusi ar-Rahnu	35
2.6	Antara Program-Program Mikro Kredit yang Terdapat Di Malaysia	40
2.6.1	Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM)	40
2.6.2	AgroBank	41
2.6.3	Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN)	42
2.6.4	Bank Simpanan Nasional	42
2.6.5	Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM)	43
2.7	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kesedaran Usahawan Kecil Muslim Terhadap Skim Ar-Rahnu	43
2.7.1	Kefahaman Syariah	43
2.7.2	Kadar Upah/Harga	44
2.7.3	Lokasi Institusi Gadaian	45
2.7.4	Pengiklanan	46
2.8	Kesedaran Usahawan Kecil Muslim	46
2.9	Teori Kajian	47
2.10	Kesimpulan	50

## **BAB TIGA**

### **METODOLOGI KAJIAN**

3.0	Pengenalan	51
3.1	Hipotesis	52
3.2	Rekabentuk Kajian	53
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	54
	3.3.1 Data Premier	54
	3.3.2 Data Sekunder	54
3.4	Kerangka Populasi	55
	3.3.1 Populasi	55
	3.3.2 Sampel	55
3.5	Definisi Operasi	56
	3.5.1 Kesedaran Usahawan Kecil Muslim	56
	3.5.2 Kefahaman Syariah	58
	3.5.3 Kadar Harga/Upah	59
	3.5.4 Lokasi Institusi Gadaian	61
	3.5.5 Pengiklanan	62
3.6	Instrumen Kajian	64
	3.6.1 Tinjauan Borang Soal Selidik	64
	3.6.2 Rekabentuk Borang Soal Selidik	64
3.7	Ujian Rintis	66
3.8	Pemprosesan Data	67
	3.8.1 Memeriksa Borang Soal Selidik	68
	3.8.2 Memperbaiki Data	68
	3.8.3 Kod Data	68
	3.8.4 Pembersihan Data	69
3.9	Analisis Data	69
3.10	Analisis Deskriptif	69
3.11	Ujian Kebolehpercayaan	70
3.12	Korelasi Pearson	71
3.13	Kesimpulan	71



## **BAB EMPAT**

### **DAPATAN DAN PERBINCANGAN**

4.0	Pengenalan	72
4.1	Analisis Umum Pengumpulan Data	73
4.2	Keputusan Ujian Kebolehpercayaan	73
4.3	Item-Item Pembolehubah	76
4.4	Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	79
4.5	Kesimpulan	85

## **BAB LIMA**

### **KESIMPULAN DAN CADANGAN**

5.0	Pengenalan	86
5.1	Perbincangan Objektif	88
5.1.1	Perbincangan Objektif Pertama	88
5.1.2	Perbincangan Objektif Kedua	89
5.1.3	Perbincangan Objektif Ketiga	99
5.1.4	Perbincangan Objektif Keempat	90
5.2	Cadangan-Cadangan	91
5.2.1	Institusi ar-Rahnu	91
5.2.2	Pihak Kerajaan dan Badan Bukan Kerajaan (NGO)	92
5.3	Penyelidikan Akan Datang	93
5.4	Kesimpulan	94
	Rujukan	96
	Lampiran	101

## SENARAI JADUAL

NAMA JADUAL	MUKA SURAT
Jadual 3.1 : Pembolehubah Bersandar – Kesedaran Usahawan Kecil Muslim	57
Jadual 3.2 : Pembolehubah Tidak Bersandar – Kefahaman Syariah	58
Jadual 3.3 : Pembolehubah Tidak Bersandar – Kadar Harga/Upah	60
Jadual 3.4 : Pembolehubah Tidak Bersandar – Lokasi Institusi Gadaian	61
Jadual 3.5 : Pembolehubah Tidak Bersandar – Pengiklanan	62
Jadual 3.6 : Format skala Likert 5 poin	66
Jadual 3.7 : Ukuran Kebolehpercayaan Instrumen Kajian	70
Jadual 3.8 : Ukuran Nilai Korelasi	71
Jadual 4.1 : Keputusan Ujian Kebolehpercayaan	74
Jadual 4.2 : Ciri-ciri Demografi Responden	75
Jadual 4.3 : Statistik Deskriptif Bagi Semua Pembolehubah	78
Jadual 4.4 : Keputusan Korelasi <i>Pearson</i>	80
Jadual 4.5 : Hubungan Antara Kefahaman Syariah dan Kesedaran	81
Jadual 4.6 : Hubungan Antara Kadar Upah/Harga dan Kesedaran	82
Jadual 4.7 : Hubungan Antara Lokasi Institusi Gadaian dan Kesedaran	83
Jadual 4.8 : Hubungan Antara Pengiklanan dan Kesedaran	83
Jadual 4.9 : Kesimpulan Kesedaran Usahawan Kecil Muslim Terhadap Skim ar-Rahnu	84

## SENARAI GAMBARAJAH

NAMA RAJAH	MUKA SURAT
Rajah 2.1: Teori <i>Hierarchy of Effect Model</i>	49
Rajah 2.2: Teori <i>Ar-Rahnu Shop Acceptance Model (ARSAM)</i>	50
Rajah 3.1: Kerangka Kerja Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesedaran Usahawan Kecil Muslim Terhadap Skim ar-Rahnu (Pajak Gadai Islam)	52

## SENARAI SINGKATAN SIMBOL

H	Hipotesis
H1	Hipotesis Alternate
H0	Null Hipotesis
N	Simbol Populasi
P	Simbol Signifikan
R	Simbol Korelasi
RM	Ringgit Malaysia
S	Simbol Sampel
SIG.	Signifikan

## SENARAI SINGKATAN PERKATAAN

AIM	Amanah Ikhtiar Malaysia
ARSAM	Ar-Rahnu Shop Acceptance
BIMB	Bank Islam Malaysia Berhad
BNM	Bank Negara Malaysia
BSN	Bank Simpanan Nasional
IKS	Industri Kecil dan Sederhana
KAR	Kedai Ar-Rahnu
LUTH	Lembaga Urusan Tabung Haji
MAIDAM	Majlis Agama Islam dan Adat Melayu Terengganu
MASA	Kelab Sahabat Ar-Rahnu
MGIT	Muassasah Gadaian Islam Malaysia
PKB	Permodalan Kelantan Berhad
SAR	Skim Ar-Rahnu
SKM	Suruhanjaya Koperasi Malaysia
SPSS	Statistical Package for Social Science
TEKUN	Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga
UMNO	United Malays National Organisation
WWW	World Wide Web
YaPEIM	Yayasan Pembangunan Ekonomi Islam Malaysia

# BAB SATU

## PENGENALAN

### 1.0 Pengenalan

Islam adalah agama syumul yang digambarkan melalui satu sistem hidup yang melengkapi segala aspek kehidupan dengan terbahaginya tiga komponen utama di dalam Islam iaitu akidah, fiqh serta akhlak (Surtahman, 1995). Hal ini membuktikan Islam itu bukan sahaja menyarankan pengabdian diri di dalam ibadah khusus sahaja malahan turut menekankan juga hubungan sesama manusia melalui jaringan sosial, politik dan juga ekonomi. Jaringan yang tercipta ini berada di bawah unit fiqh yang terbahagi pula kepada dua iaitu unit ibadah yang melibatkan amalan khusus ibadah dan juga unit kedua iaitu muamalat yang mana muamalat adalah unit yang berperanan menghubungkan hubungan sesama manusia termasuklah menggerakkan ekonomi serta aktiviti perbankan dan kewangan (Surtahman, 1995). Ini bermakna kepentingan keduniaan masih dititikberatkan di samping aspek kerohanian selagi mana ianya tidak bercanggah dengan prinsip syariat seperti yang dinyatakan melalui Firman Allah s.w.t:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنْ  
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُفْسِدِينَ

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## Rujukan

### *Al-Quran*

Ahmad Faizal Shaarani. (2012). *Pembiayaan Mikro Mentransformasi Ekonomi Rakyat*. Pusat Perakaunan dan Kewangan, MKM.

Aliaga, M. & Gunderson, B. (2005). *Interactive statistics* (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Amin H., Chong R., Dahlan H. & Supinah R. (2007). An Ar-Rahnu shop acceptance Model (ARSAM). *Labuan e-Journal of Muamalat and Society*, Vol 1(1), pp. 88-101.

Amirul Afif Muhamat, Hardi Emrie Rosly & Mohamad Nizam Jaafar, (2011). The Non-Muslim Respond Towards Ar-Rahnu (Islamic Pawn Broking) Services: An Empirical Study on the Ar-Rahnu Clients of Klang Valley, Malaysia. *IIIEEE Colloquium on Humanities, Science and Engineering Research (CHUSER 2011), Dec 5-2011, Penang*.

Appanam, S. & Doris, G., (2010). A study on Islamic pawn broking awareness and factors influencing the scheme in Sungai Petani, Kedah. *2<sup>nd</sup> International Conference on Business and Economics Research Proceeding*, 389 (2<sup>nd</sup> ICBER), pp. 2141-2148.

Asmadi Mohamed Naim, (2004). Sistem Gadaian Islam. *Islamiyyat* 26(2) (2004): 39-57.

Azila Abdul Razak, (2011). Malaysian Practice of Ar-Rahnu Scheme: Trends and Development. *Conference on Malaysia Study of Islam*.

Azizah Othman, Norashidah Hashim & Shahrina Abdullah, (2012). Customer Satisfaction Levels of Service Quality At Ar-Rahnu, Kelantan. *3<sup>rd</sup> International Conference on Business and Economic Research (3<sup>rd</sup> ICBER 2012) Proceeding*; ISBN: 978-967-5705-05-2.

Bala Shanmugam (1991). The business of pawn broking in West Malaysia. *Journal of Southeast Asia Business*. Volume 7, Number 2

Calvin W.H Cheong & Jothee Sinnakkannu, (2012). Ar-Rahnu: Opportunities and Challenges in Malaysia. Monash University Sunway Campus, Selangor.

Chua Yan Piaw, (2012). *Asas Statistik Penyelidikan Edisi Kedua*. Mc Graw Hill Education: Malaysia

- Dziauddin Sharif, Amir Shaharuddin, Nurul Ain Muhamed, Nasif Sidquee Pauzi & Mohamad Zaid Mohd Zin, (2013). The Improvement of Ar-Rahnu (Islamic Pawn Broking) Enhanced Product in Islamic Banking System. *Asian Social Science*; Vol. 9, No. 2; 2013.
- Hanudin Amin, Rosita Chong, Hazmi Dahlan & Rostinah Supinah, (2007). An Ar-Rahnu Shop Acceptance Model (ARSAM). *Labuan e-Journal of Muamalat and Society*, Vol. 1, 2007, pp. 82-94.
- Herbermann, Charles, ed. (1913). *Catholic Encyclopedia*. Robert Appleton Company.
- Indera Shahril Mohd Shahid, (2013). Wang Tidak Patuh Syariah: Konsep dan Cara Melupuskannya. Majlis Agama Islam Selangor (MAIS).
- Keong Lee Ling, Khor May Ling, Low Sheau Pey and Wong Zi Hui, (2012). Awareness of Islamic Banking Products and Services Among Non-Muslims in Malaysia. *Research Project*.
- Khir, K., Gupta, L. & Shanmugam, B. (2008). *Islamic Banking: A Practical Perspective*. Malaysia: Pearson.
- Mohamed Fairouz Abdul Khir, Mohd Bahroddin Badri & Lokmanulhakim Hussain, (2012). Critical Appraisal of The Rahn-Based Islamic Microcredit Facility. *Research Paper: (No 45/2012)*.
- Mohammad Abdul Hamid, Ishak Abdul Rahman & Ahmad Nafis Abdul Halim, (2014). Factors Affecting The Acceptance On Ar-Rahnu (Islamic Based Pawn Broking): A Case Study of Islamic Banking In Malaysia. *The Macrotheme Review* 3(4), Spring 2014.
- Mohammad Noorizzuddin Nooh & Wan Rasyidah Wan Nawang, (2012). Usahawan Muslim: Isu dan Cabaran. *Seminar Pembudayaan dan Pendidikan Keusahawanan Remaja*.
- Mohammed, N., Daud, N.M.M, & Sanusi, N.A. (2005), Analisis Skim Ar-Rahnu: Satu Kajian Perbandingan Dengan Pajak Gadaai Konvensional. *Prosiding Seminar Kewangan dan Ekonomi Islam: Pengukuhan dan Transformasi Ekonomi dan Kewangan Islam*, 29-30 Ogos, Esset-Bangi, Selangor Darul Ehsan, 211-220.
- Mohd Fazli Mohd Sam, Md Nor Hayati Tahir & Noor Khamisah Abdul Latif, (2010). The Awareness and the Acceptance of Islamic Pawnshop. *IJRRAS* 2(2). February 2010.



- Mohd Rafi Yaacob, Ghazali Ahmad & Mohamed Dahlan Ibrahim (2012). Developing a Customers' Oriented Ar-Rahnu (Islamic Pawn Broking) Model for Cooperatives in Microfinancing in Malaysia. *Proceeding The 13<sup>th</sup> Malaysia Indonesia Conference on Economic, Management and Accounting (MIICEMA) 2012*.
- Mohd Rafi Yaacob, Ghazali Ahmad, Mohamed Dahlan Ibrahim, Norwatim Abd Latiff, Noraesyah Saari, Shamsul Khairi Abu Hasan, Norsyeirawani Shari & R. Zarinatun Mohd Abdul Kader, (2012). Islamic Pawn Broking (Ar-Rahnu): Critical Success Factor and Application for Co-operatives. *Cooperative Conference, Bozen Balzano Italy, 07-11 Nov. 2012*.
- Muhammad Ayub, (2011). *Understanding Islamic Finance*. Wiley Finance.
- Muhammad Saiful Islami Mohd Taher, Siti Aisyah Yusof & Norridzwan Abidin, (2010). Prinsip Al-Rahn Sebagai Asas Pelaksanaan Skim Pajak Gadai Islam Di Malaysia. *Voice of Academia Vol. 5 No. 1 2010*.
- Muhammad Saiful Islami Mohd Taher & Muhammad Hakimi Mohd Shafiai, (2008). Customer Acceptance Factors on Ar-Rahnu Scheme at Kedai Ar-Rahnu, Bank Rakyat, Alor Setar, Kedah. *Prosiding PERKEM III, Jilid 1 (2008) 256-67*.
- Mustafa, (2006). Persepsi Masyarakat Terhadap Sistem Pajak Gadai Islam (Ar-Rahnu). *Prosiding Seminar Kewangan dan Ekonomi Islam*
- Norashikin Ibrahim, (2010). Pemantapan Ekonomi Masyarakat Melalui Skim Al-Rahnu. *Disertasi Sarjana yang tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia*.
- Norfaizah Mat Nor, Maimun Abdullah, Noraina Ismail, Rositah Bakar & Siti Sarah Mohd Yusni, (2012). A Study on The Customer Awareness Toward Ar-Rahnu cheme At Sungai Buloh, Selangor. *AFBE 2012 Conference Papers (UNITEN); ISSN1905-8055*.
- Payal Bhatt & Jothee Sinnakkannu, (2008). Ar-Rahnu (Islamic Pawnning Broking) Opportunities and challenges in Malaysia. *6<sup>th</sup> International Islamic Finance Conference 2008 Peer Reviewed Paper*.
- Rubin, A. & Babbie, E.,R. (2010). *Research Methods for Social Work (7<sup>th</sup> ed.)*. U.S.: Brooks Cole
- S.A Bashir Ahmad, Norudin Mansor & A. Nurul Nadiah, (2012). Customer Acceptance on Islamic Pawn Broking: A Malaysian Case. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 3, No. 10*.

- S. Hisham, S. Abdul Shukor, A. B. Umami Salwa & Kamaruzaman Jusoff, (2013). The Concept and Challenges of Islamic Pawn Broking (Ar-Rahnu). *Middle-East Journal of Scientific Research 13 (Research in Contemporary Islamic Finance and Wealth Management): 98-102, 2013; ISSN 1990-9233.*
- Sanusi, N.A dan Johari, M.S (2006), Prestasi perkhidmatan ar-rahnu: Kajian kes MGIT, Proceedings of National Seminar in Islamic Banking and Finance: *Islamic Wealth Management, Prospects, Issues and Challenges, 29-30 August, Serdang, Selangor Darul Ehsan.*
- Schrader, H. (2000), Pawnshop Customers in Saint Petersburg: Data Analysis of a Survey in Spring 1999, *Working Paper No. 332, Universität Bielefeld-Postfach 100131 – 33501 Bielefeld, Germany.*
- Sekaran, U. and Bougie (2010). *Research Methods for Business. A Skill- Building Approach.* New York, John Wiley and Sons.
- Selamah Maamor and Abdul Ghafar Ismail, (2006). *Micro-Credit Program: Pawnshop vs Ar-Rahn Working Paper in Islamic Economic and Finance No 0609 Presented at The Seminar Kebangsaan Pengurusan Harta Dalam Islam.* Kolej Islam Pahang. Kuantan 8-9 August 2006.
- Sudin Haron, (2008). *Sistem Kewangan dan Perbankan Islam.* Kuala Lumpur School Sdn Bhd.
- Surtahman Kastin Hasan, (1995). *Ekonomi Islam, Dasar dan Amalan.* Dewan Bahasa dan Pustaka, Kementerian Pendidikan Malaysia.
- Syarifah Md. Yusof, (2005, Mac). Institusi ar-Rahnu: Sistem yang adil dan telus, *Dewan Ekonomi.*
- Veloo A. (2012). *Kaedah Analisis & Interpretasi Data.* UUM Press: Universiti Utara Malaysia, Kedah
- Wan Noraini W. Daud, (2011). Kepuasan Pelanggan dan Kualiti Perkhidmatan Skim Ar-Rahnu Bank Rakyat. *Disertasi Sarjana yang tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia*
- Zeti Akhtar Aziz, (2001). Ar-Rahnu, an Alternative Financing Mode for Microcredit. *Seminar on Understanding the Concept and Application of Ar-Rahnu. Islamic Banking and Finance Progress and Prospect. Collected Speeches: 2000-2006.*
- Zikmund, W. G. (2003). *Business Research Method (7<sup>th</sup> ed.).* Mason: Thomson South Western.

## Akses Internet

Dewan Bahasa Dan Pustaka (2014). Maksud Harga. Dicapai Pada 5 mac 2014 di <http://prpm.dbp.gov.my/Search.aspx?k=harga>

Dewan Bahasa Dan Pustaka (2014). Maksud Iklan. Dicapai pada 5 mac 2014 di <http://ekamus.dbp.gov.my/Search.aspx?spec=false&type=1&cari=iklan>

Harian Metro (2011). Permohonan TEKUN ditolak, Pinjaman Along Terpaksa Layan Sebulan di Kelab Malam. Dicapai pada 4 April 2014 di <http://harianMetro/2011/08/permohonana-tekun-ditolak-pinjaman.html>

Pengenalan Pekan Rabu. Dicapai pada 5 Mac 2014 di <http://pekanrabu.com.my/prmelayu.html>

Riba dan Pengharamannya. Dicapai pada 5 Mac 2014 di <http://www.muamalat.com.my/downloads/media-room/publications/Buku-riba-gabung-ANNUAL.pdf>

Sinar Harian (2012). Masyarakat Digalak Libat Diri Dalam Pasaran Ar-Rahnu. Dicapai pada 14 Mac 2014 di <http://www.sinarharian.com.my/masyarakat-digalak-libat-diri-dalam-pasaran-ar-rahnu-1.85083>

Utusan Malaysia (2010). Skim Ar-Rahnu Pemangkin Ekonomi Masyarakat. Dicapai pada 4 April 2014 di [http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=1015&sec=Rencana&pg=re\\_02.htm](http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=1015&sec=Rencana&pg=re_02.htm)

Wikipedia (2014). Maksud al-Quran. Dicapai pada 5 Mac 2014 di <http://ms.wikipedia.org/wiki/Al-Quran>

Wikipedia (2014). Maksud Kesedaran. Dicapai pada 5 Mac 2014. Dicapai di <http://ms.wikipedia.org/wiki/Kesedaran>

Zunaidah Zainon (2006). Ar-Rahnu Institusi ar-Rahnu Pertama Di Dunia. Dicapai pada 5 Mac 2014 di <http://www.ipislam.edu.my/index.php/artikel/read/1023/AR-RAHNU-PAJAK-GADAI-ISLAM-PERTAMA-DI-DUNIA>

[http://www.Amanah.Ikhtiar\\_Malaysia.com](http://www.Amanah.Ikhtiar_Malaysia.com)

<http://www.YaPEIM.com.my>

## Lampiran 1: Borang Soal Selidik



UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Assalamualaikum dan salam sejahtera.

Tuan/Puan yang dihormati,

Anda telah dipilih untuk menjadi responden di dalam kajian ini. Penyelidikan ini dilakukan untuk mengetahui tahap kesedaran usahawan kecil Muslim terhadap kewujudan perkhidmatan ar-rahnu yang disediakan oleh pelbagai institusi kewangan Negara.

Segala maklumat yang diberikan adalah dirahsiakan dan hanya digunakan untuk tujuan akademik sahaja. Bagi menyiapkan kajian ini, kejujuran dan keikhlasan daripada pihak tuan/puan dalam memberikan maklumat amat diperlukan bagi memastikan hasil kajian yang tepat diperolehi.

Kerjasama daripada pihak tuan/puan amat dihargai dan didahului dengan ucapan terima kasih.

Yang benar,  
**BALQIS BINTI YAACOB @ SALLEH (809964)**  
Sarjana Sains (Pengurusan)  
Universiti Utara Malaysia

### SEKSYEN 1: MAKLUMAT DEMOGRAFIK

Sila jawab setiap soalan dengan menandakan ( / ) dalam ruang yang disediakan.

1. Jantina	Lelaki	
	Perempuan	

2. Umur	20 dan ke bawah	
	21 – 30	
	31 – 40	
	41 – 50	
	51 Dan ke atas	

3. Agama	Islam	
	Buddha	
	Hindu	
	Kristian	
	Lain-lain	

4. Bangsa	Melayu	
	Cina	
	India	
	Lain-lain	

5. Pendapatan	RM 1000 dan ke bawah	
	RM 1001 – RM 2000	
	RM 2001 – RM 3000	
	RM 3001 – RM 4000	
	RM 4001 dan ke atas	

6. Taraf Pendidikan	Sekolah Rendah dan ke bawah	
	Sekolah Menengah	
	Diploma	
	Ijazah	
	Pasca Siswazah	

7. Saya pernah terlibat dengan skim ar-rahnu	Ya	
	Tidak	

8. Perkhidmatan pajak gadai yang dikunjungi (sekiranya jawapan anda 'ya' di soalan 7)	Bank Rakyat	
	AgroBank	
	YaPEIM	
	Lain-lain ar-rahnu	
	Pajak gadai konvensional	

## SEKSYEN 2: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESEDARAN USAHAWAN KECIL MUSLIM TERHADAP SKIM AR-RAHNU (PAJAK GADAI ISLAM)

Senarai di bawah adalah kenyataan yang boleh digunakan untuk menggambarkan kepentingannya kepada anda mengenai skim ar-rahnu.

Sila bulatkan kadar yang paling hampir menggambarkan tahap kepentingannya dalam pertimbangan anda berkaitan dengan skim ar-rahnu menggunakan skala 1 hingga 5 seperti di bawah:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Neutral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

### Bahagian A: Anda Menyedari Kewujudan Skim Ar-Rahnu Berdasarkan Faktor Pandangan Syariah

No	Keterangan	Skala
1.	Skim ar-rahnu beroperasi menurut prinsip dan undang-undang Islam.	1   2   3   4   5
2.	Skim ar-rahnu adalah berlandaskan Al-Quran dan Sunnah sebagai sumber perniagaannya.	1   2   3   4   5
3.	Skim ar-rahnu adalah bebas dari unsur riba'.	1   2   3   4   5
4.	Perkhidmatan gadaian di ar-rahnu tidak mengandungi unsur penipuan	1   2   3   4   5
5.	Transaksi yang berlaku adalah bebas dari unsur ketidaktentuan ( <i>gharar</i> ) atau keraguan.	1   2   3   4   5
6.	Pelanggan berpeluang untuk mendapatkan pinjaman tanpa faedah ( <i>riba</i> )	1   2   3   4   5

**Bahagian B: Anda Menyedari Kewujudan Skim Ar-Rahnu Berdasarkan Faktor Kadar Upah / Harga**

No	Keterangan	Skala
1.	Skim ar-rahnu mengenakan caj perkhidmatan yang lebih rendah berbanding skim pajak gadai konvensional.	1   2   3   4   5
2.	Skim ar-rahnu memberikan harga yang wajar kepada pemilik berpendapatan rendah.	1   2   3   4   5
3.	Skim ar-rahnu memberikan harga yang lebih baik berbanding skim pajak gadai konvensional.	1   2   3   4   5
4.	Skim ar-rahnu mempraktikkan konsep <i>ibra'</i> atau potongan ke atas penubusan awal.	1   2   3   4   5

**Bahagian C: Anda Menyedari Kewujudan Skim Ar-Rahnu Berdasarkan Faktor Lokasi Institusi Gadaian**

No	Keterangan	Skala
1.	Berdekatan dengan pusat pengangkutan awam.	1   2   3   4   5
2.	Berdekatan dengan pusat membeli-belah dan pusat perniagaan.	1   2   3   4   5
3.	Berdekatan dengan kawasan kediaman.	1   2   3   4   5
4.	Berdekatan dengan tempat kerja.	1   2   3   4   5
5.	Terdapatnya kawasan meletakkan kenderaan yang berdekatan.	1   2   3   4   5

**Bahagian D: Anda Menyedari Kewujudan Skim Ar-Rahnu Berdasarkan Faktor Pengiklanan**

No	Keterangan	Skala
1.	Iklan mengenai skim ar-rahnu sentiasa dilihat dimana-mana.	1 2 3 4 5
2.	Maklumat mengenai skim ar-rahnu diperolehi melalui iklan.	1 2 3 4 5
3.	Iklan mengenai skim ar-rahnu adalah lebih menarik berbanding pajak gadai konvensional.	1 2 3 4 5
4.	Memperolehi maklumat mengenai skim ar-rahnu melalui iklan adalah lebih baik berbanding mengetahuinya melalui kawan dan rakan-rakan.	1 2 3 4 5
5.	Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-rahnu:	
	7. Televisyen	1 2 3 4 5
	8. Radio	1 2 3 4 5
	9. Internet	1 2 3 4 5
	10. Surat Khabar	1 2 3 4 5
	11. Majalah	1 2 3 4 5
	12. Pamphlet	1 2 3 4 5
6.	Pengiklanan melalui media elektronik (televisyen, radio, internet) adalah lebih praktikal berbanding media cetak (suratkhabar, majalah, pamphlet)	1 2 3 4 5



**SEKSYEN 3: UKURAN KESEDARAN USAHAWAN KECIL MUSLIM TERHADAP SKIM AR-RAHNU (PAJAK GADAI ISLAM)**

Sila tandakan tahap kesedaran anda terhadap skim ar-rahnu dengan menandakan satu nombor daripada 5 skala di bawah menggunakan skala 1 hingga 5 seperti berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Neutral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

No	Keterangan	Skala
1.	Saya menyedari terdapat banyak institusi yang menyediakan skim ar-rahnu.	1 2 3 4 5
2.	Skim ar-rahnu merupakan sumber kemudahan pembiayaan yang bagus.	1 2 3 4 5
3.	Saya sentiasa bersedia menggunakan perkhidmatan skim ar-rahnu.	1 2 3 4 5
4.	Saya akan mencadangkan penggunaan perkhidmatan skim ar-rahnu kepada rakan-rakan dan keluarga.	1 2 3 4 5
5.	Skim ar-rahnu memberikan perkhidmatan yang berkualiti tinggi.	1 2 3 4 5
6.	Secara keseluruhannya, skim ar-rahnu adalah sangat diterima.	1 2 3 4 5

Terima Kasih

## Lampiran 2: Maklumat Demografi

### Statistik

	Jantina	Umur	Agama	Bangsa	Pendapatan	Taraf Pendidikan	Saya Pernah Terlibat Dengan Skim Ar-Rahnu	Perkhidmatan Pajak Gadai Yang Dikunjungi (Sekiranya Jawapan Anda 'Ya' Di Soalan 7)
1 Valid	170	170	170	170	170	170	170	27
Missing	0	0	0	0	0	0	0	143
Mean	1.8706	2.6294	1.0000	1.0529	2.1882	2.3294	1.8412	1.8519
Median	2.0000	3.0000	1.0000	1.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.0000
Mode	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00
Std. Deviation	.33665	.77556	.00000	.39616	.98503	.64153	.36659	1.29210
Variance	.113	.601	.000	.157	.970	.412	.134	1.670
Range	1.00	4.00	.00	3.00	4.00	4.00	1.00	4.00

### Jantina

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lelaki	22	12.9	12.9	12.9
Perempuan	148	87.1	87.1	100.0
Total	170	100.0	100.0	

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 tahun dan ke bawah	3	1.8	1.8	1.8
	21 - 30	81	47.6	47.6	49.4
	31 - 40	66	38.8	38.8	88.2
	41 - 50	16	9.4	9.4	97.6
	51 dan ke atas	4	2.4	2.4	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

**Agama**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	170	100.0	100.0	100.0

**Bangsa**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Melayu	167	98.2	98.2	98.2
	Lain-lain	3	1.8	1.8	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RM 1000 dan ke bawah	26	15.3	15.3	15.3
	RM 1001 - RM 2000	116	68.2	68.2	83.5
	RM 2001 - RM 3000	11	6.5	6.5	90.0
	RM 3001 - RM 4000	4	2.4	2.4	92.4
	RM 5000 dan ke atas	13	7.6	7.6	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

### Taraf Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sekolah Rendah dan ke bawah	1	.6	.6	.6
	Sekolah Menengah	126	74.1	74.1	74.7
	Diploma	30	17.6	17.6	92.4
	Ijazah	12	7.1	7.1	99.4
	Pasca Siswazah	1	.6	.6	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

### Saya Pernah Terlibat Dengan Skim Ar-Rahnu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	27	15.9	15.9	15.9
	Tidak	143	84.1	84.1	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

### Lampiran 3: Ujian Korelasi *Pearson*

		Korelasi				
		Pandangan_ Syariah	Kadar_ Upah_ Harga	Lokasi Institusi_ Gadaian	Pengiklanan	Kesedaran
Pandangan_ Syariah	Pearson Correlation	1	.227**	.204**	.319**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.003	.008	.000	.000
	N	170	170	170	170	170
Kadar_Upah_ Harga	Pearson Correlation	.227**	1	.542**	.310**	.147
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.055
	N	170	170	170	170	170
Lokasi_Institusi_ Gadaian	Pearson Correlation	.204**	.542**	1	.354**	.223**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.003
	N	170	170	170	170	170
Pengiklanan	Pearson Correlation	.319**	.310**	.354**	1	.308**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170
Kesedaran	Pearson Correlation	.684**	.147	.223**	.308**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.055	.003	.000	
	N	170	170	170	170	170

\*\*Nilai Korelasi adalah signifikan pada kadar 0.01 (2-tailed).

### Lampiran 4: Pembolehubah

#### Kefahaman Syariah

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Skim ar-Rahnu adalah berlandaskan Al-Quran dan Sunnah sebagai sumber perniagaannya.	19.7000	10.493	.714	.883
Skim ar-Rahnu beroperasi menurut prinsip dan undang-undang Islam.	19.5667	11.289	.599	.900
Skim ar-Rahnu adalah bebas dari unsur riba'.	19.7333	11.789	.660	.890
Perkhidmatan gadaian di ar-Rahnu tidak mengandungi unsur penipuan	19.7333	10.202	.914	.851
Transaksi yang berlaku adalah bebas dari unsur ketidaktentuan (gharar) atau keraguan.	19.7667	9.909	.899	.852
Pelanggan berpeluang untuk mendapatkan pinjaman tanpa faedah (riba)	19.8333	11.799	.594	.899

**Kadar Harga/Upah**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Skim ar-Rahnu mengenakan caj perkhidmatan yang lebih rendah berbanding skim pajak gadai konvensional.	15.2000	4.234	.363	.685
Skim ar-Rahnu memberikan harga yang wajar kepada pemilik berpendapatan rendah.	15.3667	4.171	.416	.662
Skim ar-Rahnu memberikan harga yang lebih baik berbanding skim pajak gadai konvensional.	15.3667	3.620	.653	.560
Skim ar-Rahnu mempraktikkan konsep ibra' atau potongan ke atas penebusan awal.	15.2333	3.564	.616	.572
Tempoh masa untuk menebus semula barang gadaian adalah mencukupi	15.1000	4.576	.249	.728

**Lokasi Institusi Gadaian**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Berdekatan dengan pusat pengangkutan awam.	14.3000	7.321	.665	.779
Berdekatan dengan pusat membeli-belah dan pusat perniagaan.	14.2667	7.789	.595	.799
Berdekatan dengan kawasan kediaman.	14.4333	6.944	.631	.791
Berdekatan dengan tempat kerja.	14.2000	8.097	.703	.782
Terdapatnya kawasan meletakkan kenderaan yang berdekatan.	14.4000	7.007	.581	.809

#### Pengiklanan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	11



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Iklan mengenai skim ar-Rahnu sentiasa dilihat dimana-mana.	36.1333	29.637	.689	.820
Maklumat mengenai skim ar-Rahnu diperolehi melalui iklan.	36.0333	32.171	.515	.836
Iklan mengenai skim ar-Rahnu adalah lebih menarik berbanding pajak gadai konvensional.	36.1000	34.024	.335	.849
Memperolehi maklumat mengenai skim ar-Rahnu melalui iklan adalah lebih baik berbanding mengetahuinya melalui kawan dan rakan-rakan.	36.1333	31.499	.524	.835
Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu – Televisyen	35.8333	32.282	.582	.831
Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu – Radio	36.1667	31.247	.478	.840
Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu – Internet	36.0000	29.448	.658	.823

Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu - Surat Khabar	35.8667	32.602	.573	.832
Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu – Majalah	36.1000	31.886	.617	.829
Tandakan skala bagi medium-medium pengiklanan berikut yang mempengaruhi pengetahuan anda tentang skim ar-Rahnu – Pamphlet	36.2000	34.028	.258	.858
Pengiklanan melalui media elektronik (televisyen, radio atau internet) adalah lebih praktikal berbanding media cetak (surat khabar, majalah atau pamphlet)	35.7667	30.944	.689	.822

### Kesedaran

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya menyadari terdapat banyak institusi yang menyediakan skim ar-Rahnu.	18.4333	11.633	.278	.873
Skim ar-Rahnu merupakan sumber kemudahan pembiayaan yang bagus.	18.3000	10.424	.509	.845
Saya sentiasa bersedia menggunakan perkhidmatan skim ar-Rahnu.	18.5000	8.190	.636	.829
Saya akan mencadangkan penggunaan perkhidmatan skim ar-Rahnu kepada rakan-rakan dan keluarga.	18.0333	8.516	.766	.796
Skim ar-Rahnu memberikan perkhidmatan yang berkualiti tinggi.	18.2000	8.028	.816	.784
Secara keseluruhannya, skim ar-Rahnu adalah sangat diterima.	18.0333	8.378	.802	.789